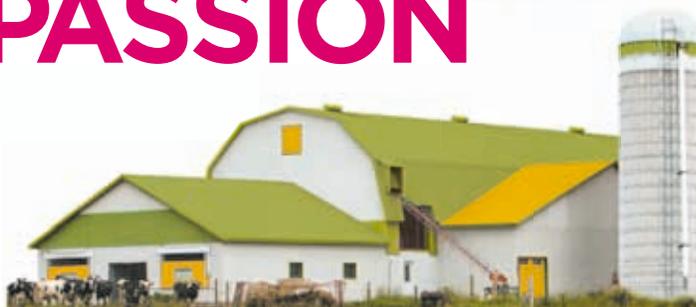


INNOVATION



PASSION



X SAVOIR-FAIRE

AGROPUR



HÉRITAGE
x 3459
MEMBRES
+ EXPERTISE

SAVOIR-FAIRE

5441



EMPLOYÉS

+26



X ENGAGEMENT

PASSION

+5441

EMPLOYÉS POUR OFFRIR ENCORE PLUS

Chez Agropur, les employés sont au cœur des préoccupations de la Coopérative, car une main-d'œuvre de qualité est l'ingrédient clé pour fabriquer un produit de qualité. Conditions de travail enviables, formations adaptées, perspectives de carrière intéressantes, programmes de relève, tous ces avantages permettent à Agropur de recruter, de maintenir et de développer une force de travail compétente, dynamique et dévouée. La Coopérative peut ainsi compter, pour son développement, sur une solide équipe d'hommes et de femmes engagés et passionnés.

+1001

PRODUITS POUR RÉPONDRE AUX ATTENTES DES CLIENTS ET DES CONSOMMATEURS

À l'affût de nouveautés et à la recherche de produits santé, les clients et consommateurs attendent de nous que nous leur proposons, en plus des classiques qui ont fait la renommée d'Agropur, des produits qui élargissent l'expérience gustative et qui contribuent au bien-être. D'où l'intérêt de faire affaire avec une grande entreprise comme Agropur, où la constance dans la qualité, la créativité et l'importance accordée à la recherche et au développement permettent d'offrir une gamme de plus en plus diversifiée de produits marqués du sceau de l'excellence.

1001
PRODUITS



BIEN-ÊTRE
X CRÉATIVITÉ

INNOVATION

SAVOIR-FAIRE

DE NOS MEMBRES

À la base, Agropur est une entreprise économique fondée sur les grands principes de la coopération, notamment la démocratie, l'indépendance, l'éducation et l'engagement envers les communautés. Les membres bénéficient du statut de propriétaire, lequel leur offre la possibilité de contrôler leur destinée et d'accroître ainsi leur autonomie.

La croissance et l'expansion ont toujours été les principaux piliers sur lesquels repose la Coopérative afin d'assurer la pérennité et le développement à long terme de ce patrimoine collectif. Comme le disaient les fondateurs d'Agropur: «La Coopérative n'a pas de frontières». Au fil des décennies, l'organisation est passée d'un statut local à régional, pour ensuite devenir une entreprise provinciale. D'entreprise provinciale, Agropur a par la suite accédé au statut national pour aujourd'hui être une organisation d'envergure nord-américaine et même internationale.

Aussi, le fait d'être membre de la plus importante coopérative laitière au Canada leur assure une expérience certaine, leur permettant ainsi de défendre leurs intérêts. Ils ont donc voix au chapitre en ce qui concerne certains sujets touchant l'industrie laitière canadienne, tels que les réglementations, les conventions et les discussions aux tables de négociation.

Enfin, être un joueur de plus en plus présent sur la scène internationale offre aussi la possibilité d'importer une connaissance de l'industrie laitière mondiale et ainsi d'améliorer l'expertise des membres développée au fil du temps. Agropur est une belle histoire qui rejaillit sur chacun de ses membres.

PASSION

DE NOS EMPLOYÉS

Plus que jamais, les employés se retrouvent au centre des préoccupations de la Coopérative et ce sont ces derniers qui, par leur expérience, leur savoir-faire, leur dynamisme et leur dévouement, permettent à l'organisation de détenir un avantage comparatif à l'égard de la compétition.

Aujourd'hui, Agropur fait partie des 25 plus grandes entreprises de son secteur à l'échelle mondiale et demeure en pleine croissance. Cette situation lui permet d'offrir à ses employés, non seulement une stabilité d'emploi, mais aussi des conditions de travail compétitives et des perspectives de carrière intéressantes. Aussi, les programmes de relève favorisent les perspectives de carrière ainsi que les mouvements de personnel à l'interne, ce qui permet aux employés d'évoluer au sein d'une même organisation.

Un autre avantage important dans le fait de travailler pour une entreprise en pleine expansion demeure le développement professionnel. Agropur est en mesure d'offrir des formations adaptées aux besoins de ses employés. En effet, afin d'assurer la pérennité de l'organisation, elle a développé un programme qui soutient le transfert de connaissances et de savoir-faire, et ce, à tous les niveaux et dans tous les secteurs de l'entreprise.

Les employés d'Agropur bénéficient également d'un environnement de travail sain et sécuritaire. Depuis plusieurs années déjà, l'entreprise a mis l'accent sur la santé et la sécurité au travail (SST), notamment en établissant un objectif de « Zéro accident ». La culture SST occupe ainsi une place prépondérante au sein de l'organisation.

Enfin, travailler chez Agropur permet de bénéficier d'un environnement de travail imprégné de valeurs authentiques; la Coopérative s'assure d'offrir un milieu de travail où le respect, l'honnêteté, l'intégrité, le travail d'équipe et la coopération sont véhiculés.

INNOVATION

POUR NOS CLIENTS ET CONSOMMATEURS

Le nom Agropur est synonyme de qualité; grâce au savoir-faire des membres et employés de la Coopérative, le client et le consommateur bénéficient d'un produit bon pour la santé, pur, frais et excellent.

Ses 72 années d'expertise et son développement continu lui permettent d'offrir une gamme de produits de plus en plus riche, appuyée par des marques des plus réputées et qui portent toutes le sceau de fraîcheur et de qualité de l'entreprise. Natrel, Sealtest, Schroeder, Island Farms, Québon, OKA, Agropur Grand Cheddar, Allégro, Yoplait et La Lactéo, sont autant de marques qui font la fierté des producteurs laitiers membres d'Agropur, de ses employés ainsi que des consommateurs qui dégustent les produits issus de ces marques. Les nombreux prix remportés au Canada et à l'étranger témoignent de l'excellence et de la qualité constante des produits Agropur. De plus, Agropur est une entreprise fiable quant à la disponibilité de ses produits; ces derniers sont d'ailleurs toujours au rendez-vous dans les nombreux points de vente.

En tant qu'entreprise en expansion, Agropur s'efforce de dépasser continuellement les attentes des consommateurs en investissant en recherche et développement, poussant ainsi la Coopérative vers la performance, l'excellence et la créativité, qui sont toutes des valeurs omniprésentes chez Agropur. L'innovation enrichit le portefeuille de produits de l'organisation répondant, par le fait même, aux demandes spécifiques du consommateur. Le développement d'Agropur permet également d'accroître son bassin de R et D et de savoir-faire; le consommateur et le client profitent alors de produits novateurs, à valeur ajoutée.

Enfin, la croissance soutenue permet à Agropur de suivre ses clients et de répondre aux besoins des consommateurs, peu importe les marchés où ils se trouvent.

UNE FAMILLE QUI NE CESSE DE GRANDIR



MESSAGE DU PRÉSIDENT

Le 72^e exercice financier d'Agropur se termine, cette année encore, avec de très bons résultats. Nous sommes fiers de souligner que notre coopérative maintient le cap et affiche un montant de ristournes record représentant 101,2 millions de dollars.

Si le passé est garant de l'avenir, nous pouvons être optimistes pour les prochaines années. Dans une industrie où les conditions de marché sont en constante évolution, que ce soit au point de vue de la réglementation, des prix, de l'approvisionnement ou même de la distribution, Agropur a constamment su s'adapter à de nouvelles réalités d'affaires. Même si on ne peut rien tenir pour acquis, il n'en demeure pas moins qu'Agropur connaît présentement les meilleures années de son histoire; à l'évidence, la stratégie basée sur l'expansion et la croissance porte ses fruits.

Le contexte actuel est propice en occasions d'affaires et nous en profiterons dans la mesure où nous poursuivons la croissance de l'entreprise. Dans les prochaines années, nous continuerons d'assister au déploiement de notre stratégie d'expansion, laquelle découle des orientations mises de l'avant lors des consultations, tenues en 2002 et 2007, avec les membres d'Agropur. Ces orientations sont d'ailleurs toujours d'actualité.

Depuis la dernière consultation tenue en 2007, le chiffre d'affaires de la Coopérative a augmenté de près d'un milliard de dollars, soit une hausse de près de 40 % et le volume de lait transformé a progressé de plus d'un milliard de litres, environ 60 %. Plusieurs acquisitions ont été effectuées à l'extérieur des frontières canadiennes; une coentreprise a été formée en Argentine et cinq entreprises, toutes situées aux États-Unis, sont venues rejoindre les rangs de la grande famille Agropur.



La mission d'Agropur est d'offrir une gamme étendue de produits laitiers de qualité répondant aux attentes actuelles et futures des consommateurs. La vision de notre coopérative est de consolider notre position de chef de file canadien, de devenir un joueur significatif à l'échelle nord-américaine et de nous développer sur les marchés internationaux des produits laitiers. La mission et la vision d'Agropur découlent d'exercices de planification stratégique qui guident nos actions. Cette mission et cette vision confirment notre volonté de nous concentrer sur notre champ d'expertise en transformation laitière, sur l'innovation dans les produits laitiers et sur l'expansion géographique. Aussi, les plans stratégiques annuels sont en ligne directe avec notre mission et notre vision.

Le contexte d'affaires dans lequel nous œuvrons est constamment parsemé de défis auxquels nous devons faire face. À cet effet, le succès de notre organisation dépend en partie de la présence de marques fortes dans notre portefeuille de produits, lesquelles facilitent la pénétration de marchés. Ces mêmes marques fortes permettent également à notre organisation de maintenir un lien de confiance avec les consommateurs. De cette façon, notre entreprise réagira contre toute forme d'interventionnisme, de quelque nature que ce soit, qui viendrait altérer ce lien privilégié qui existe entre notre organisation et les consommateurs.

Un éventuel accord à l'Organisation mondiale du commerce (OMC) fait toujours partie de notre réalité d'affaires. Nous suivons cet enjeu, tout comme nous suivons celui des négociations entre le Canada et l'Europe, qu'il y ait entente ou non, peu importe l'issue de ces négociations; nous continuons notre développement dans le but de diversifier notre clientèle et de renforcer nos liens avec nos clients actuels.

La majorité des acquisitions réalisées au cours des dernières années l'ont été aux États-Unis, pays qui recèle un potentiel important pour la croissance. De ce fait, un dossier que nous surveillons est la possibilité, pour les producteurs laitiers américains, de mettre en place un système qui leur permettrait de limiter les fluctuations importantes des prix du lait à la ferme. D'ailleurs, la *National Milk Producers Federation* (fédération des producteurs de lait américains) souhaite mettre en place un programme d'assurance pour améliorer la stabilité de leurs revenus.

Malgré tous ces défis, notre coopérative continue de bien performer. Le succès de notre organisation repose sur un ensemble de facteurs qui lui a permis de figurer fièrement au palmarès des plus grandes entreprises du secteur laitier sur la scène internationale. Par exemple, notre savoir-faire historique, notre persévérance, une exécution rigoureuse et disciplinée des plans stratégiques de l'organisation ainsi que la mobilisation des membres et des employés derrière un objectif d'affaires commun ont permis à Agropur d'obtenir le succès qu'on lui connaît aujourd'hui et d'assurer sa pérennité.

Aussi, pour garder ses valeurs vivantes, l'entreprise s'appuie sur une saine démocratie et sur une vie associative des plus riches. La vie associative d'Agropur est d'ailleurs souvent citée en exemple dans les milieux coopératifs au Canada. Les personnes siégeant au conseil d'administration ont toujours en tête l'intérêt des membres, en tant que producteurs laitiers et en tant que propriétaires, et c'est dans cette même optique que les décisions sont prises.

Ainsi, le conseil d'administration a procédé à la modification de la politique de transfert de parts, qui encadre notamment la nature des transferts de fermes autorisés lors d'un changement de propriétaire ou de statut. Cette politique tient compte de préoccupations exprimées par les membres et respecte l'esprit de la Réflexion stratégique de 2007. Cette modification à la politique de transfert vient ainsi compléter les derniers changements et la mise en vigueur du nouveau règlement administratif général et des nouveaux statuts annoncés en décembre 2009.

Dans un souci de maintenir un lien privilégié et un contact de qualité avec ses membres, l'organisation les consulte périodiquement, au moyen de divers outils de communication, d'événements et de consultations stratégiques afin d'établir les grandes orientations de la Coopérative.

Des employés engagés et motivés, la très haute qualité de nos produits, une gestion serrée et prudente, des orientations claires, la compréhension des besoins des consommateurs ainsi qu'une bonne dose d'idées novatrices sont autant de facteurs clés qui ont propulsé Agropur parmi les grands groupes laitiers du monde.

Pour conclure, les résultats de 2010, de même que ceux des années précédentes, permettent d'envisager l'avenir de la Coopérative avec beaucoup d'optimisme. C'est d'une seule voix que le conseil d'administration et moi-même désirons remercier M. Pierre Claprood, chef de la direction, le conseil de direction, tous les employés et les membres pour leur travail inestimable et leur engagement envers notre coopérative.



Serge Riendeau
Président

MESSAGE DU CHEF DE LA DIRECTION

Agropur connaît, cette année encore, de bons résultats; le chiffre d'affaires de l'entreprise s'élève à plus de 3,3 milliards de dollars et les excédents avant ristournes et impôts se situent à 151,3 millions de dollars.

L'année financière 2010 représente une année où d'importants investissements ont été effectués dans nos différents lieux de travail. De plus, deux acquisitions d'entreprises ont été conclues aux États-Unis, soit l'usine fromagère Green Meadows, située en Iowa, en décembre 2009, et Main Street Ingredients en décembre 2010, une entreprise située au Wisconsin spécialisée dans les ingrédients fonctionnels, comptabilisée, pour sa part, dans le prochain exercice financier.

Nous pouvons toujours compter sur une capitalisation solide. Notre entreprise continue d'améliorer sa rentabilité tout en maintenant une bonne situation financière.

L'excédent des divisions fromagères est en progression grâce, en grande partie, à l'augmentation des prix des produits de lactosérum au cours de l'année, de même qu'aux bons résultats des installations américaines, à l'accroissement des ventes de fromages fins importés et ceux de marque Bel.

La Division Natrel affiche également des ventes et excédents à la hausse, malgré un environnement économique américain plus difficile, un marché canadien plutôt statique et une lutte féroce afin de maintenir nos parts de marché. La progression de nos ventes en Ontario et la poursuite de rationalisation des lieux de travail expliquent ces résultats.

Notre coentreprise Aliments Ultima enregistre, elle aussi, de bons résultats, marqués principalement par un développement accéléré à l'extérieur des frontières québécoises et la croissance du segment « santé active ». Cependant, le non-renouvellement possible de notre licence Yoplait, dont l'échéance est prévue en septembre 2013, pourrait affecter les ventes et excédents de ces activités au cours des prochaines années. Nous comptons demeurer actifs en ce qui a trait aux yogourts et produits frais, même dans un contexte où la licence ne serait pas renouvelée.

Même si les résultats de notre coentreprise argentine La Lácteo sont moindres que ceux anticipés, nous croyons toujours au potentiel d'affaires de l'Amérique du Sud qui constitue, d'une part, un marché régional domestique important, et d'autre part, une zone de production laitière parmi les plus concurrentielles au monde. Nous poursuivrons, en 2011, nos démarches pour profiter de la croissance attendue du marché.

Les chiffres encourageants d'Agropur proviennent directement du travail de nos employés.

Ces derniers constituent l'une des forces de notre entreprise. La santé et la sécurité au travail font partie des valeurs d'Agropur : elles sont primordiales, non équivoques et non négociables. Le nombre d'accidents de travail diminue sur une base annuelle, malgré un nombre d'employés sans cesse croissant. Nous n'avons pas encore atteint notre objectif de zéro accident avec perte de temps pour l'ensemble de l'organisation. Cependant, je suis fier de mentionner que plusieurs lieux de travail ont atteint cette cible, ce qui démontre concrètement que ce but est réaliste et réalisable.

Toujours en ce qui concerne les employés, nous avons signé deux conventions collectives d'une durée de cinq ans à notre usine de Toronto, en Ontario, de même qu'à notre centre de distribution situé à Montréal (Pierre-de-Coubertin), au Québec, ce qui nous permet d'assurer une stabilité pour toutes les parties.

Pour ce qui est de l'industrie laitière canadienne, les occasions d'affaires, dans un marché mature et concentré, demeurent très limitées, sauf pour certains créneaux spécifiques, par exemple, les produits biologiques, ceux à valeur ajoutée ou de type « prêt à manger »; l'innovation demeure donc un facteur très important afin de poursuivre notre croissance. La concentration du marché canadien nous force à suivre le client au-delà des frontières canadiennes. Hormis la recherche et le développement, ainsi que les gains d'efficacité opérationnelle, la croissance, au cours des prochaines années, se poursuivra par de nouvelles acquisitions d'entreprises, et par d'importants investissements dans nos installations actuelles afin d'en augmenter la capacité, et ce, particulièrement du côté fromager. En Alberta, une première phase est en cours pour doubler la capacité de l'usine de Lethbridge et une seconde phase est planifiée pour ajouter un autre 50% de capacité.



Du côté de nos lieux de travail aux États-Unis, nous avons achevé, en 2010, la première phase des installations de Hull, nous avons ajouté de la capacité à nos installations de feta à Weyauwega et avons amélioré les conditions d'entreposage à Little Chute. Nous prévoyons poursuivre l'augmentation de capacité de la plupart de nos installations américaines au cours des prochaines années. Du côté canadien, nous comptons investir davantage dans nos outils de conditionnement d'emballage et de traitement thermique dans tous nos secteurs d'activité.

Naturellement, nous cherchons aussi à maintenir et à améliorer continuellement la qualité de nos produits et de nos installations. D'ailleurs, d'importants investissements en ce qui concerne le contrôle de la qualité, de la salubrité et de l'innocuité ont été réalisés depuis plusieurs années chez Agropur; ces injections de fonds se poursuivront, et ce, autant pour répondre aux exigences toujours plus élevées de nos clients et consommateurs, qu'aux organismes de réglementation de plus en plus rigoureux.

Nous continuerons d'investir, de façon importante, dans la recherche et le développement de nouveaux produits ainsi que dans leur mise en marché, un des principes fondamentaux sur lesquels repose la pérennité de notre entreprise. C'est pourquoi nous encourageons la réflexion créative et l'avant-gardisme auprès de nos employés qui sont à l'origine de ces innovations et l'amélioration continue de nos procédés.

En ce sens, Agropur maintient son statut d'entreprise novatrice en offrant aux consommateurs de nouveaux produits, entre autres, le fromage à la crème allégé Allégro 9%, de même que les fromages Nouvelle-France, Rivière Rouge et Rondoux à croûte lavée ainsi que le WPC80, lequel s'ajoute à la gamme des produits fonctionnels de l'organisation.

De plus, l'entreprise sort grande gagnante lors de plusieurs concours tenus au Canada, aux États-Unis et en Angleterre en récoltant de nombreux prix, entre autres, au Festival de Warwick, au *Royal Agricultural Winter Fair*, au *World Championship Cheese Contest* et au *Nantwich International Cheese Show*.

Agropur évolue dans une industrie à maturité dont les défis sont multiples; elle doit aussi satisfaire de nombreuses exigences et se soumettre aux normes établies. Outre un consommateur de plus en plus exigeant et une concurrence accrue des produits substitués¹, ainsi que des mouvements de consolidation des transformateurs et des distributeurs, l'organisation fait également face au défi de la croissance et à de nouvelles cultures, par son étalement géographique.

Malgré ces contraintes, Agropur s'est positionnée, au fil des ans, comme un véritable chef de file de l'industrie laitière canadienne. L'organisation veut aussi devenir un joueur de plus en plus significatif aux États-Unis et les actions entreprises ces dernières années reflètent cet objectif. Dans ses sept usines américaines, Agropur emploie un peu plus de 1000 personnes et a transformé, en 2010, 1,1 milliard de litres de lait, soit environ la moitié du lait transformé au Canada. Durant le dernier exercice, 85 millions de kilogrammes de fromages ont été produits au Canada et 110 millions de kilogrammes aux États-Unis, un marché dix fois plus important.

Nous sommes convaincus que nous avons de bons plans d'affaires et que nous avons les employés pour réaliser nos objectifs. Nous poursuivons notre stratégie de positionnement et d'expansion afin de profiter de la croissance des marchés internationaux.

En conclusion, j'aimerais remercier le conseil d'administration d'Agropur pour son soutien indéfectible ainsi que son président, M. Serge Riendeau. J'aimerais aussi remercier sincèrement les membres du conseil de direction pour leur contribution, leur engagement et leur professionnalisme ainsi que tous les employés d'Agropur pour leur travail, leur motivation et leur dévouement, car l'organisation ne connaîtrait pas le succès d'aujourd'hui sans toutes ces personnes.



Pierre Claprood
Chef de la direction

¹ Par exemple, du lait de soya et/ou produits issus du soya ou autre céréale, du jus d'orange additionné de calcium, de l'eau vitaminée ou même des «fromages analogues».



CONSEIL D'ADMINISTRATION

De gauche à droite sur la photo (noms de gauche à droite)

GAÉTAN JODOIN

Granby
1996

ROBERT COALLIER

Membre invité du C.A. et
du comité de vérification
2009

JEAN FILIATRAULT (C.E.)¹

Acton
1993

RENÉ GRIMARD (C.E.)

Vice-président
Des Appalaches
1995

LORNA JEAN NEVEU¹

Laurentides/Lanaudière
1996

MICHEL COUTURE (C.E.)

De L'Érable
2001

DANIEL GAGNON¹

Est du Québec
2008

VITAL VOULIGNY

Lac Saint-Pierre
2007

RENÉ MOREAU (C.E.)

Bois-Francs
1998

DANIEL LAMY

Berthier/Maskinongé
2004

ROGER DAOUST¹

Salaberry
1993

JEAN-PIERRE LACOMBE

Yamaska
2007

ROGER MASSICOTTE

Mauricie/Portneuf
2003

SERGE RIENDEAU (C.E.)

Président
Estrie
1991

DARIE GAGNÉ¹

Chaudière
1997

LUC CHASSÉ

Des Seigneuries
2006

Légende: nom de l'administrateur/région administrative/année d'entrée au conseil
(C. E.) Membres du comité exécutif

¹ Administrateurs dont le mandat se termine en 2011; ils sont toutefois rééligibles.



CONSEIL DE DIRECTION

De gauche à droite sur la photo (noms de gauche à droite)

JEAN BRODEUR
Vice-président
Communications et
Relations publiques

BENOIT GAGNON
Vice-président exécutif
Développement global

JOCELYN LAUZIÈRE
Vice-président senior
Finances et trésorier

SCOTT MCDONALD
Vice-président corporatif
Ressources humaines

ROBERT GOUR
Président
Division Fromages fins

LORRAINE BÉDARD
Secrétaire corporatif
et vice-présidente
Relations avec les membres

SERGE PAQUETTE
Président
Division Natrel

MICHEL ST-LOUIS
Vice-président
Affaires juridiques

PIERRE CLAPROOD
Chef de la direction

LOUIS LEFEBVRE
Président
Division Fromages et
Produits fonctionnels



MARKETING

L'innovation joue un rôle clé dans la croissance d'Agropur, ce qui pousse l'organisation à se renouveler afin d'offrir, année après année, des produits répondant aux demandes des consommateurs.

La Division Fromages fins a été particulièrement active, cette année, en lançant de nouveaux fromages et en actualisant le visuel de ses emballages existants.

La division a enrichi sa gamme de fromages allégés en lançant un tout nouveau produit, soit la tartina de fromage à la crème allégé Allégré 9% avec anti-oxydants et assaisonnée aux légumes. Lancés en novembre 2010, trois nouveaux fromages viennent à leur tour joindre les rangs de la marque ombrelle Agropur Signature: le fromage à pâte ferme Nouvelle-France, le fromage à pâte demi-ferme Rivière Rouge et le fromage à pâte molle Rondoux à croûte lavée. Depuis juin 2010, et ce, partout au Canada, plusieurs fromages à pâte molle de la marque Agropur Signature sont présentés dans de nouveaux emballages, lesquels arborent maintenant de nouveaux logos et visuels, ainsi que des barquettes couleurs.

Du côté des ingrédients, le WPC80 rejoint les rangs des concentrés protéiques de lactosérum. Ce nouvel ajout à la gamme de produits permet à la Division Fromages et Produits fonctionnels d'offrir un meilleur éventail d'ingrédients laitiers à base de lactosérum.

En ce qui concerne la Division Natrel, la structure de la vice-présidence Marketing a été entièrement revue, de manière à pouvoir mieux répondre aux exigences de la clientèle de la division. De plus, en 2010, le service Marketing a modifié l'emballage du lait au chocolat de marque Island Farms, lequel établit dorénavant un lien direct avec le sport. De plus, toujours sous la marque Island Farms, des laits au chocolat aromatisés ont été lancés tout au long de l'année, en édition limitée, soit les saveurs cappuccino, chocolat-orange et chocolat-caramel.

Notre coentreprise Aliments Ultima a lancé le Yoplait Crèmeux Pochette en format de deux kilos, destiné aux clients du service alimentaire dans un emballage novateur et disponible dans les saveurs vanille et nature. Yoplait, pour sa part, offre maintenant deux nouvelles saveurs, soit bananes-fraises et fraises. Yoplait Source ajoute à la gamme Sélection Dessert quatre nouvelles saveurs qui, à l'instar de tous les produits Yoplait Source, ne comptent que 35 calories par portion de 100 grammes. Enfin, Minigo arbore un nouveau logo, une nouvelle couleur et un design entièrement refait.

Plusieurs initiatives marketing ont été mises de l'avant, entre autres, une nouvelle campagne publicitaire télévisée et magazine pour Yoplait Minigo et Yoplait Asana à travers le Canada.

PRIX REMPORTÉS

Depuis la fondation d'Agropur, l'organisation a raflé bon nombre de prix et l'année 2010 ne fait pas exception à la règle. Ses produits de qualité se hissent sur les plus hautes marches du podium. Encore une fois, l'entreprise se démarque par sa créativité et par la diversité de son portefeuille de produits.

Nos fromages se sont illustrés en gagnant plusieurs prix lors du prestigieux concours *World Championship Cheese Contest*, tenu aux États-Unis, tous les deux ans, en remportant les premiers prix pour le provolone Masters Reserve et l'Agropur Grand Cheddar, fromage qui a aussi décroché d'autres distinctions au *Nantwich International Cheese Show* et au *Royal Bath & West Show*, deux concours tenus en Angleterre, de même que le Grand Prix du Public au Sélection Caseus lors du Festival de Warwick, au Québec. Toujours lors de ce festival, les fromages Chevrita et OKA avec champignons se sont aussi démarqués en obtenant les premières places dans leur catégorie respective.

Le Camembert L'Extra, pour sa part, s'est distingué sur la scène internationale en obtenant la médaille d'or au *World Cheese Award*, en Angleterre.

Lors du *Royal Agricultural Winter Fair*, concours tenu chaque année en Ontario, Agropur a encore une fois fait bonne figure en récoltant de nombreux prix, dont les premières places pour les fromages suivants: Champfleury, Doucerel, Délicrème à l'ail et fines herbes, Chevrita et le grand champion OKA L'Artisan.

Le *British Empire Cheese Show*, également en Ontario, a récompensé plusieurs fromages Agropur, soit le Rondoux Triple Crème, la Feta Anco et la Fontina Prestigio qui ont remporté les plus grands honneurs.

Enfin, Yoplait Asana a été couronné meilleur produit au Canada, toutes catégories confondues, lors du Grand Prix canadien des produits nouveaux, en plus de gagner le premier prix dans les catégories des produits laitiers et de l'emballage innovateur.



4.0

RAPPORT DE RESPONSABILITÉ SOCIALE

La contribution d'Agropur aux enjeux de développement durable s'effectue à plusieurs niveaux afin de participer à l'amélioration de la qualité de vie de la société. L'organisation adopte aussi les meilleures pratiques possibles dans sa gestion des activités, car elle considère une saine gouvernance comme étant primordiale.

Agropur offre aux  d'ici et

d'ailleurs des  laitiers de la

plus haute qualité. Mais produire

n'est pas tout. La Coopérative

a également pour mission le

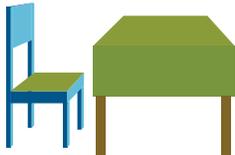
développement de ses  , de

ses  et des communautés où

elle est présente, et ce, dans

le respect le plus complet de

l'environnement, de la 

jusqu'à la  .

RAPPORT DE RESPONSABILITÉ SOCIALE

LES EMPLOYÉS

Les employés constituent l'atout principal d'Agropur; l'organisation adopte donc une conduite responsable et se distingue par l'importance qu'elle accorde à un climat de travail sécuritaire ainsi qu'à des relations harmonieuses et propices à l'épanouissement individuel. L'entreprise s'emploie également à promouvoir un environnement de travail professionnel qui favorise le travail d'équipe. Un tel environnement permet à tous ses employés de se développer, d'atteindre leur plein potentiel et ainsi de contribuer au succès d'Agropur.

SANTÉ ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL (SST)

La santé et sécurité de nos employés est primordiale, et c'est la raison pour laquelle nous nous employons, et ce, depuis plusieurs années, à promouvoir cette notion. L'ultime objectif chez Agropur est que chaque employé retourne à la maison de la même façon qu'il a quitté le domicile familial, sain et sauf.

Chacune des divisions de la Coopérative intègre un volet SST dans sa planification stratégique annuelle et s'assure d'améliorer constamment ses résultats. À cet effet, chaque lieu de travail a son comité SST qui joue un rôle essentiel dans la prévention des accidents de travail.

Cette année, on enregistre un nombre total d'accidents en baisse pour la 3^e année consécutive et plusieurs établissements ont connu plus d'une année entière sans aucun accident avec perte de temps. Ces faits témoignent de la qualité des efforts déployés par chacun pour l'atteinte des objectifs mis en place en matière de SST. Bien entendu, les actions doivent se poursuivre et s'intensifier afin de maintenir et améliorer cette tendance.

DÉVELOPPEMENT ORGANISATIONNEL

Plus de 5 400 employés font partie de la famille d'Agropur où les perspectives d'avenir et les défis sont des notions qui font partie du quotidien. Nous les soutenons, entre autres, dans leurs besoins de formation en allouant des sommes importantes. Nous encourageons nos employés à se réaliser et offrons du même coup des plans de développement, des plans de relève et de la formation continue. Les formations dispensées par Agropur permettent de développer les employés en fonction de leurs besoins et de ceux de l'organisation, et ainsi de leur offrir des possibilités de carrière intéressantes. On tente, du même souffle, de rendre l'organisation plus souple et efficace afin qu'elle tire le meilleur parti de l'environnement en constante évolution dans lequel nous évoluons.

PROGRAMME DE RECONNAISSANCE

Chez Agropur, le Programme de reconnaissance des années de service constitue un outil pour tous les gestionnaires de l'organisation de remercier les employés pour leur engagement, leur dévouement et leur loyauté envers l'organisation. Ainsi, chaque employé recevra un présent, pour chaque tranche de cinq années de service. Il pourra également assister à une soirée Gala, regroupant les employés de 20 ans de service et plus, toujours par tranche de cinq ans, les employés comptant plus de 40 ans ainsi que les retraités de l'année en cours.

Cependant, ce programme ne représente qu'une partie de la reconnaissance chez Agropur; elle se poursuit au quotidien, par de petits gestes simples posés par tous. Ces gestes représentent beaucoup pour l'organisation, c'est la valorisation de la contribution et des efforts des employés, qui constituent la force et le gage de réussite d'Agropur.

PROGRAMME D'AIDE AUX EMPLOYÉS

Agropur se soucie du bien-être de ses employés en leur offrant un environnement de travail stimulant et en mettant en place divers programmes qui leur permettent de s'accomplir professionnellement. Agropur offre ainsi à tous ses employés un Programme d'aide aux employés et à leur famille (PAEF) pour des problèmes reliés au travail ou à leur vie personnelle.



NAOMI KRASEY

Réceptionniste et commis de bureau
Victoria, Colombie-Britannique

LA COMMUNAUTÉ

Le souci de la dimension humaine s'applique également aux communautés où Agropur est présente. Elle participe au développement économique et social de plusieurs dizaines de villes dans lesquelles se trouvent ses différents lieux de travail à travers l'Amérique du Nord et du Sud, par le biais de son programme de dons et commandites, de sa campagne de bienfaisance annuelle des employés, de son implication dans l'industrie et de son engagement international.

DONS ET COMMANDITES

Agropur fait partie des entreprises généreuses de la communauté d'affaires en allouant annuellement des sommes importantes à son programme de dons et commandites.

En plus de nombreuses commandites ponctuelles, Agropur effectue de multiples dons à des organismes évoluant dans divers secteurs, entre autres, celui de l'alimentation par le biais du Club des petits déjeuners du Québec, de *Breakfast Clubs of Canada*, de la Fondation OLO¹ et de nombreuses banques alimentaires au Canada. Elle octroie également des bourses à différentes institutions d'enseignement afin de soutenir la relève, comme l'Institut de technologie agroalimentaire, l'Université Laval et l'Université McGill, situées au Québec, et l'Université du Dakota du Sud, aux États-Unis, pour ne nommer que celles-là.

CAMPAGNE DE BIENFAISANCE ANNUELLE DES EMPLOYÉS

Agropur encourage aussi ses employés à s'impliquer dans leur communauté. Dans le cadre de la campagne de bienfaisance, les employés peuvent choisir un organisme qui leur tient à cœur et organiser des activités de collecte de fonds à travers le Canada et les États-Unis. L'entreprise remet alors 1\$ par dollar amassé par ses employés. En ce sens, les organismes suivants, parmi plusieurs autres, ont bénéficié de la générosité des employés et d'Agropur: Société canadienne du cancer et Centraide au Québec, *Alzheimer Society of Oxford*, en Ontario, *Canadian Breast Cancer Foundation* en Colombie-Britannique, *Make-a-Wish Foundation* au Wisconsin et *Ducks Unlimited* en Iowa.

ACTIVE DANS L'INDUSTRIE

Depuis de nombreuses années, de par son statut de coopérative laitière la plus importante au Canada, Agropur est très dynamique, elle s'implique dans l'industrie laitière canadienne et se taille une place dans l'industrie laitière américaine. En effet, les dirigeants de l'organisation sont très actifs dans la communauté laitière en siégeant à de nombreux conseils d'administration, par exemple, Novalait, Conseil de la transformation agroalimentaire et des produits de consommation (CTAC), Association des Transformateurs Laitiers du Canada (ATLC), *International Dairy Foods Association* (IDFA), pour n'en nommer que quelques-uns.

L'entreprise contribue également au développement de l'industrie laitière en faisant partie de divers forums et de tables de concertation. Elle a un impact dans les communautés dans lesquelles elle se trouve, entre autres, en faisant la promotion de la recherche fondamentale en ce qui concerne les produits laitiers. À cet effet, Agropur participe au financement de l'Université du Dakota du Sud, plus spécifiquement en finançant une portion des coûts pour la rénovation de son usine pilote, spécialisée en industrie laitière.



De plus, Agropur offre un soutien financier à la Chaire de recherche de l'IRECUS² afin de stimuler la recherche continue relativement à la gestion et au développement des coopératives, tant sur la scène nationale qu'internationale.

Enfin, la présence des dirigeants d'Agropur est de plus en plus sollicitée, que ce soit pour des conférences, des présentations, des entrevues, ou même, pour recevoir des distinctions de toutes sortes.

ENGAGEMENT INTERNATIONAL

C'est en 1985 que l'organisme SOCODEVI³ a vu le jour, dont la mission principale est de soutenir le mouvement coopératif dans plusieurs secteurs de l'économie, notamment l'agroalimentaire.

Agropur est un partenaire de SOCODEVI depuis la création de cet organisme et a effectué plusieurs missions ponctuelles au fil des ans en Amérique latine, en Asie, en Afrique et en Europe.

L'organisation participe d'ailleurs à une mission en Ukraine depuis deux ans, dont l'objectif est d'accroître la productivité des fermes laitières et de promouvoir la formule coopérative dans cette région du monde.

¹ L'organisme offre des aliments nutritifs et des suppléments de vitamines aux futures mamans en situation financière précaire

² Institut de recherche et d'éducation pour les coopératives et les mutuelles de l'Université de Sherbrooke (Québec)

³ Société de coopération pour le développement international

Aussi, c'est principalement par le biais de la fondation SOCODEVI qu'Agropur s'est impliquée afin de venir en aide aux victimes du puissant séisme qui a secoué Haïti, le 12 janvier 2010. Un fonds d'aide a été mis en place pour soutenir financièrement les coopératives touchées par cette catastrophe naturelle, lequel permettra d'appuyer les efforts de reconstruction des coopératives et les aider à reprendre leurs activités régulières. Les membres et les employés de la Coopérative se sont mobilisés pour venir en aide à ce pays des Caraïbes en organisant une collecte de fonds.

L'ENVIRONNEMENT

Soucieuse de la protection de l'environnement, Agropur intègre, depuis bon nombre d'années, des pratiques de gestion qui tiennent compte des impacts environnementaux. De nombreux projets ont d'ailleurs cours à tous les niveaux de l'organisation, entre autres, en termes de recyclage, de qualité de l'air et d'économie d'énergie.

Les exigences réglementaires des normes environnementales évoluent rapidement, exerçant une pression sur l'ensemble de l'organisation. Cependant, au-delà de ces obligations, de multiples initiatives sont mises de l'avant.

COMITÉS ENVIRONNEMENTAUX

Afin de minimiser l'empreinte environnementale découlant des activités de la Coopérative au Canada et aux États-Unis et d'optimiser les initiatives à cet effet, trois comités ont été mis sur pied par la direction d'Agropur, soit le comité environnement (CE), le comité directeur environnement (CDE) et le comité de coordination environnement (CCE). Ces comités sont responsables des actions entreprises en matière d'environnement pour l'ensemble des lieux de travail d'Agropur.

Le comité environnement oriente et décide de la politique environnementale et des encadrements. Le comité de coordination environnement est l'architecte de la politique environnementale corporative et des procédures environnementales des entités, qui ont préalablement été approuvées par le comité directeur environnement. Plus spécifiquement, le comité de coordination a pour objectif de mettre en place un système de gestion environnementale couvrant la consommation d'énergie, le transport, le rejet des eaux usées et les gaz à effet de serre, pour n'en nommer que quelques-uns.

INITIATIVES

Agropur investit annuellement des sommes importantes pour répondre aux exigences environnementales en vigueur, et va même au-delà de ces dernières. Les gestes posés sont nombreux, tels que la mise en place d'un traitement par filtration afin de traiter et de neutraliser les effluents de la production laitière, à Victoria (Colombie-Britannique), des investissements au Québec et en Ontario afin de contribuer au traitement des matières résiduelles et l'implantation de procédures dans le but de répondre aux critères en matière de qualité des rejets d'eau épurée à Oka (Québec).

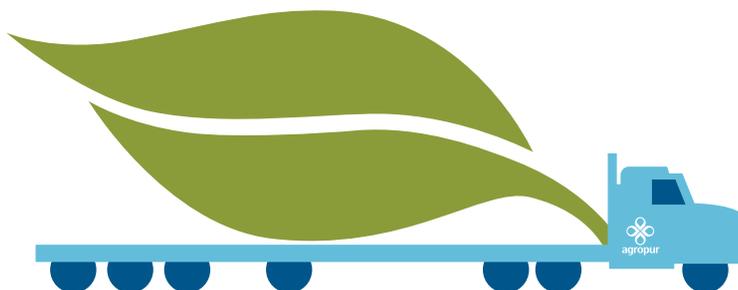
CHRONIQUE ENVIRONNEMENTALE

Soucieuse de faire part des efforts réalisés par Agropur en matière d'environnement, la rédaction du journal d'entreprise *Inter.Com* publie, à l'intention de ses membres et employés, une chronique environnementale à chaque numéro afin de les informer spécifiquement sur ce qui se passe dans ce domaine chez Agropur.

DES EMPLOYÉS QUI CHANGENT LE MONDE UN GESTE À LA FOIS

Quand on parle d'environnement, on parle aussi de petits gestes; par leur désir de diminuer l'empreinte environnementale de l'organisation, les employés d'Agropur deviennent un moteur de changement en mettant de l'avant des initiatives locales.

Par exemple, dans certains lieux de travail, le remplacement de produits de lavage permet de réduire l'utilisation de phosphore, des ampoules moins énergivores sont installées afin de diminuer la consommation d'énergie, des séchoirs à mains remplacent les papiers à mains, des comités locaux sont mis sur pied afin d'encourager des initiatives pour réduire l'impact environnemental; ce ne sont que quelques-uns des gestes posés par les employés de la Coopérative.



LES MEMBRES

Les membres d'Agropur bénéficient d'une vie associative des plus riches. Cet esprit de coopération se traduit par une communication soutenue entre les membres et leurs dirigeants par le biais de divers événements tels que l'Assemblée générale annuelle, les assemblées régionales, l'assemblée d'été et les diverses réunions de membres et d'animateurs. Les membres sont également informés des activités et résultats de leur coopérative grâce à différents outils de communication, par exemple, le rapport trimestriel, le rapport annuel et le journal interne de l'organisation, *l'Inter.Com*. Ces outils et événements favorisent les échanges, tout en permettant aux propriétaires de l'entreprise de prendre le pouls quant au développement de leur coopérative.

La formation est l'une des valeurs coopératives auxquelles Agropur adhère et c'est pourquoi l'organisation offre différents volets, à l'interne, à cet égard. La Coopérative organise, depuis plus de 25 ans, à l'intention de divers groupes de membres ou de la relève divers stages ou journées de formation où les participants reçoivent une formation de base sur Agropur, laquelle regroupe principalement sa structure et son mode de fonctionnement. Plus spécifiquement, l'organisation offre également la bourse Omer-Deslauriers, permettant à 15 jeunes stagiaires membres de se prévaloir de ce stage provincial de formation de la relève.

Ils reçoivent également les services et l'information qui les intéressent et dont ils ont besoin, et ce, grâce au service corporatif, Relations avec les membres, qui contribue à l'amélioration de la qualité du lait à la ferme, en les informant sur la coopérative et son environnement et de l'assistance en ce qui a trait à leur capital, leur dossier de membre et leur paie de lait.

Enfin, les quelque 3500 membres d'Agropur, propriétaires de leur coopérative, retirent également les excédents générés par les opérations commerciales. Ces cinq dernières années seulement, les ristournes aux membres se sont élevées à près de 450 millions de dollars, ce qui représente un apport économique important dans les régions où les membres sont présents.



PHILIPPE ET ROSAIRE BOURGEOIS

Ferme Bourjoie senc, Sainte-Brigitte-des-Saults, Québec

À la mémoire de Rosaire Bourgeois (1950-2010)

AGROPUR COOPÉRATIVE

101, boul. Roland-Therrien
Bureau 600
Longueuil (Québec) J4H 4B9
450 646-1010

DIVISION FROMAGES ET PRODUITS FONCTIONNELS

510, rue Principale
Granby (Québec) J2G 7G2
450 375-1991

DIVISION FROMAGES FINS

4700, rue Armand-Frappier
Saint-Hubert (Québec) J3Z 1G5
450 443-4838

DIVISION NATREL

101, boul. Roland-Therrien
Bureau 600
Longueuil (Québec) J4H 4B9
450 646-1010

ALIMENTS ULTIMA INC.*

2177, boul. Fernand-Lafontaine
Longueuil (Québec) J4G 2V2
450 651-3737

LA LÁCTEO*

Camino Cap. de los Remedios, km 5,5
5020 Ferreyra, Cordoba
Argentine
0351 4976010

* Coentreprise

Conception: Ig2boutique
Infographie: Ig2fabrique
Photographe: Miguel Legault
Imprimé au Canada

